



**La free – free press precaria:  
[city.precaria.org](http://city.precaria.org)**

# **CONTRATTO DI LAVORO DEI GIORNALISTI SCADUTO DA 866 GIORNI**

## **COMPOSIZIONE DELL'OCCUPAZIONE:**

**80.000 ISCRITTI** all'Ordine Professionale dei Giornalisti

- **17.000 PROFESSIONISTI**
- **2.700 DISOCCUPATI**
- **21.000 LAVORATORI AUTONOMI** (iscritti all'Inpgi 2)
- **40-45 MILA GIORNALISTI PRECARI INVISIBILI**

**Periodo: 2000-2006**

**Contratti a tempo indeterminato: + 8,19%**

**Contratti a tempo determinato: + 74,7%**

**Altri contratti: + 667,9%**

# **COLLATERALI E QUOTIDIANI (2006)**

- **Nel 2006 si sono avute 89 iniziative editoriali veicolate attraverso i quotidiani: un numero complessivo di volumi pari a 1.397. Il più presente in edicola appare il Corriere della Sera con 45 opere allegate, dai classici dell'arte e della letteratura, all'atlante degli animali e ai libri di cucina, per un totale di 643 volumi. Seguono La Repubblica con 24 titoli per 239 numeri, La Stampa, con 19 opere per 229 volumi, Il Giorno, La Nazione e Il Resto del Carlino con 16 proposte editoriali composte però da ben 318 volumi e Il Sole 24 Ore con 9 raccolte per un totale di 207 libri**

**I risultati economici garantiti da tale meccanismo sono tali da sanare le perdite registrate dagli editori in questi anni.**

## Il mercato pubblicitario

### Stima degli investimenti netti\* (migliaia di Euro)

|  | 2005<br>Gen./Dic. | 2006<br>Gen./Dic. | Var. %      |
|--|-------------------|-------------------|-------------|
| <b>TOTALE PUBBLICITA'</b>  | <b>8.488.162</b>  | <b>8.712.336</b>  | <b>2,6</b>  |
| TV   | 4.668.740         | 4.704.780         | 0,8         |
| <b>STAMPA</b>  | <b>2.992.028</b>  | <b>3.096.161</b>  | <b>3,5</b>  |
| <b>QUOTIDIANI</b>  | <b>1.769.504</b>  | <b>1.800.139</b>  | <b>1,7</b>  |
| Comm.Nazionale   | 951.727           | 975.577           | 2,5         |
| Comm.Locale (Fonte Fcp) *  | 478.137           | 498.116           | 4,2         |
| Rubricata + Di Servizio (Fonte Fcp) *                              | 339.640           | 326.446           | -3,9        |
| <b>PERIODICI</b>   | <b>1.222.524</b>  | <b>1.296.022</b>  | <b>6,0</b>  |
| <b>RADIO**</b>   | <b>408.599</b>    | <b>440.665</b>    | <b>7,8</b>  |
| <b>AFFISSIONI</b>  | <b>198.696</b>    | <b>196.963</b>    | <b>-0,9</b> |
| <b>CINEMA</b>  | <b>83.040</b>     | <b>76.190</b>     | <b>-8,2</b> |
| <b>INTERNET</b> (Fonte: Osservatorio IAB Italia/FCP-AssolInternet) | <b>137.059</b>    | <b>197.577</b>    | <b>44,2</b> |

- Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP Federazione Concessionarie Pubblicità

\* L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen Media Research a eccezione dei mezzi per completezza, vengono utilizzati i dati FCP per le tipologie: Locale, Rubricata e Di servizio.

\*\* N.B. Da Gennaio 2006 è rilevato il Circuito Italia5

# PUBBLICITA' 2007 - 1

**Nei primi quattro mesi del 2007 gli investimenti pubblicitari hanno superato i 2.977 milioni di euro con una variazione del -0,1% rispetto al periodo corrispondente dell'anno scorso.**

**Tra i principali settori, si segnalano le ottime performances dell'Abbigliamento (+19,8%), della Gestione Casa (+10,7%) e del Turismo/Viaggi (+19,3%).**

**I Top Spender di questo periodo sono: Wind, Unilever e Ferrero.**

**FONTE Nielsen Media Research**

# PUBBLICITA' 2007 – 2

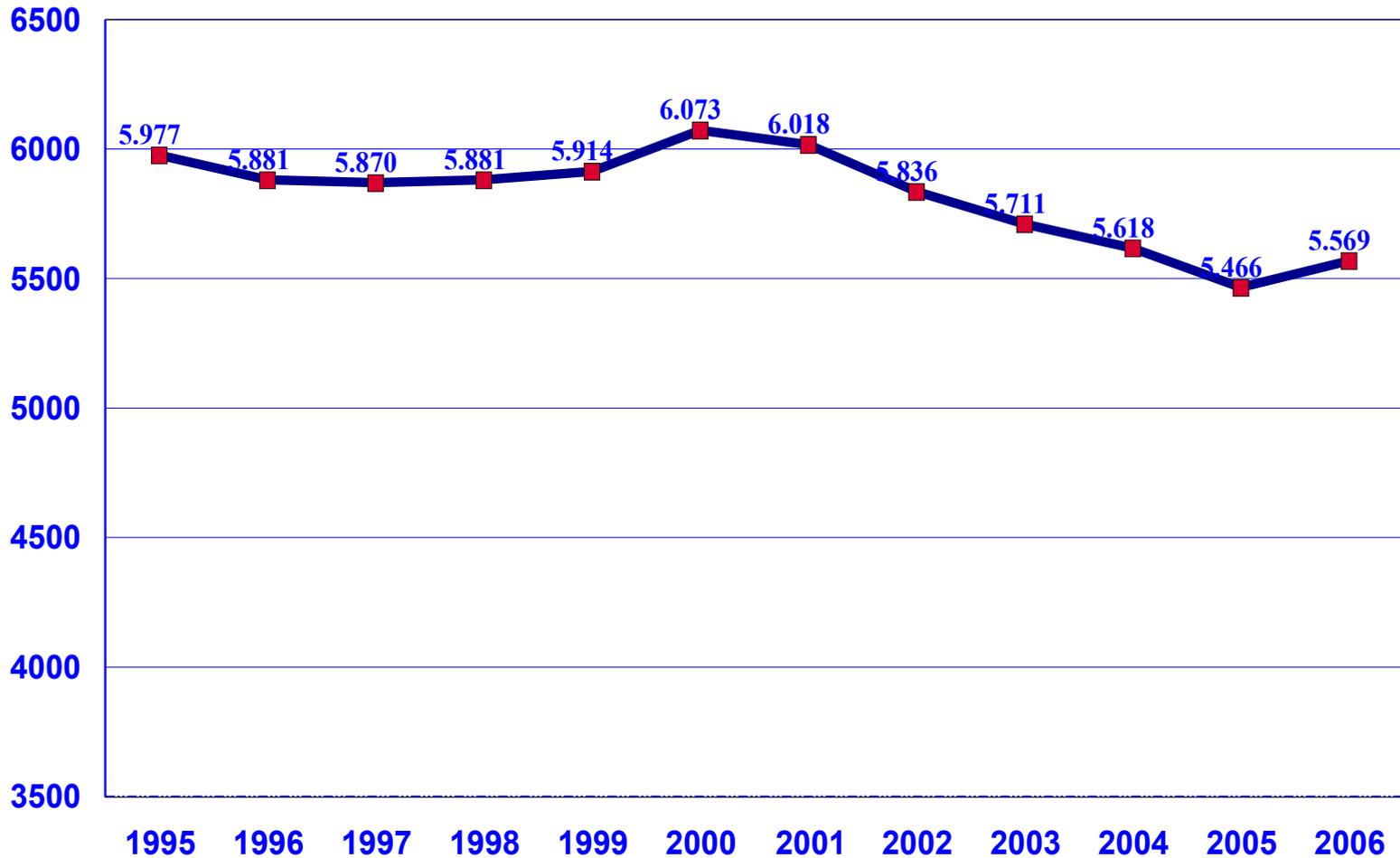
## ANALISI PER TIPO DI MEDIA

Televisione un calo sul quadrimestre del -2,9%, ma nel confronto mensile aprile 2007 su aprile 2006 la variazione è positiva (+2,8%). Stampa, nel suo complesso: crescita da gennaio ad aprile del +3,3%. I Quotidiani a pagamento: +4,1%, I Periodici chiudono il quadrimestre a +2,1%. E' da considerare il diverso andamento in funzione della periodicità: i mensili crescono del + 5,4%, mentre i settimanali calano del -1,6%. Da quest'anno viene monitorata anche la free press (City, Leggo, Metro e 24 Minuti). Per la Free Press, in quattro mesi, la raccolta pubblicitaria complessiva è stata di 28,9 milioni con oltre 25 mila annunci pubblicati.

**FONTE Nielsen Media Research**

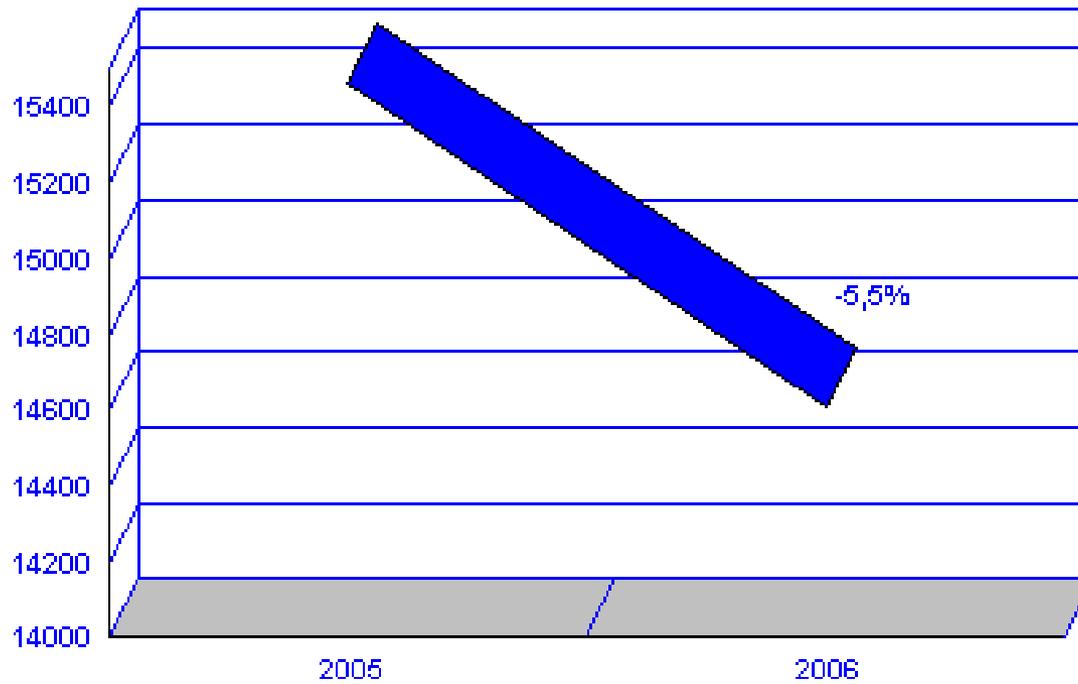


# QUOTIDIANI. VENDITE MEDIE GIORNALIERE 1995-2006 (000)





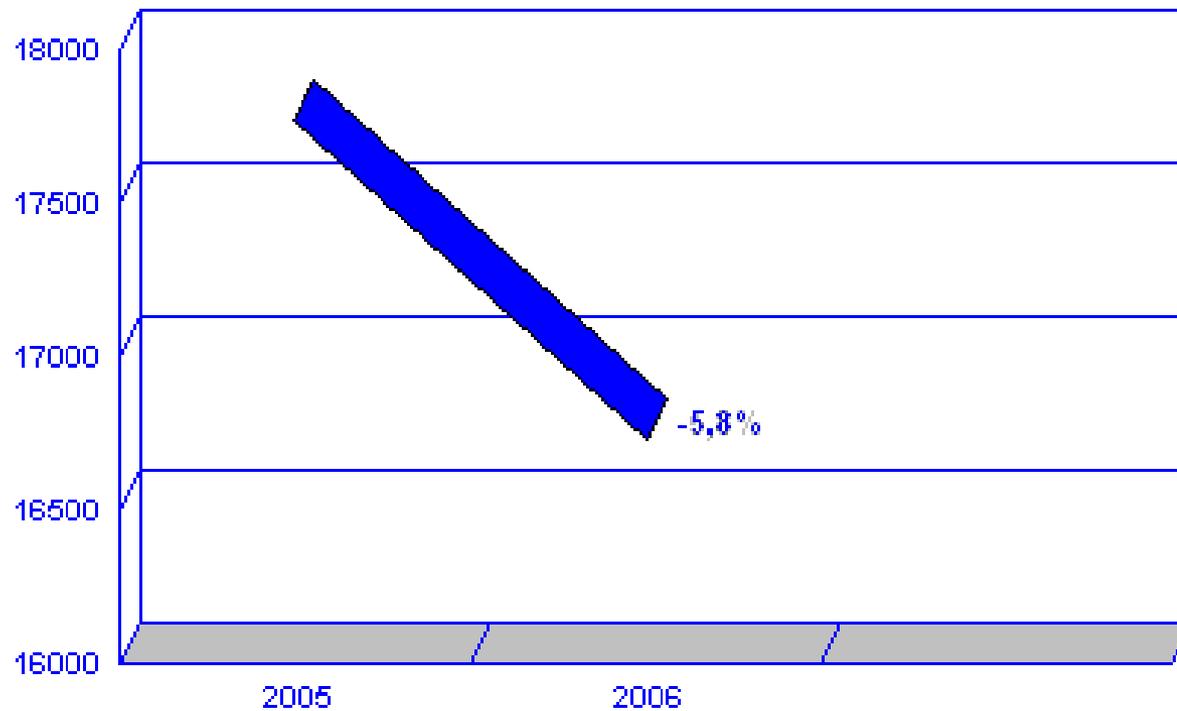
## DIFFUSIONE DEI SETTIMANALI 2005-2006



Fonte: elaborazione su dati ADG



## DIFFUSIONE MENSILI 2005 - 2006



Fonte: elaborazione su dati ADS